

**MOTIVASI SISWA-SISWI SMP NEGERI 30 MAKASSAR DALAM
MENGUNAKAN JEJARING SOSIAL TWITTER SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI**



Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

SHINDY NUR MUSLIMAH.S

NIM: 50700109055

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

2014

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Shindy Nurmuslimah Sudirman

NIM : 50700109055

Tempat/Tgl. Lahir : Ujung Pandang, 21 Juli 1991

Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas/Program : Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar

Alamat : Jl. Sukaria Raya No 58

Judul : **Motivasi Siswa-Siswi SMP Negeri 30 Makassar Dalam Menggunakan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Media Komunikasi**

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, 10 Juli 2018

Penyusun



Shindy Nurmuslimah

NIM : 50700109055

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

PERSETUJUAN PEMBIMBING


Pembimbing penulisan skripsi saudara **Shindy Nurmuslimah.S**, NIM: **50700109055**, mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan dengan judul, "**Motivasi Siswa-Siswi SMP Negeri 30 Makassar Dalam Menggunakan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Media Komunikasi**", memandang bahwa skripsi ini tersebut telah memenuhi isyarat syarat-syarat ilmiah dan disetujui untuk diajukan ke sidang *munaqsyah*.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut

Makassar, 23 April 2014

Pembimbing I

Pembimbing II



Irwan Misbach, SE., M.Si.
NIP. 19730116200501 1 004



Mudzhira Nur Amrullah, S.Sos. M.Si.
NIP. 19700311 200901 2 002

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “Motivasi Siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam Menggunakan Jejaring Sosial Twitter sebagai Media Komunikasi”, yang disusun oleh Shindy Nurmuslimah, NIM: 50700109055, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Jumat tanggal 25 April 2014 M, bertepatan dengan 24 Jumadil Akhir 1435 H. dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Sosial, jurusan Ilmu Komunikasi.

Makassar, Juli 2017

Ketua : Ramsiah Tasruddin, S. Ag., M.Si (.....)

Sekretaris : Dra. Audah Mannan, M. Ag (.....)

Munaqisy I : Dr. Muh. Anshar Akil, ST, M.Si (.....)

Munaqisy II : Muliadi, S. Ag., M. Sos. I (.....)

Pembimbing I : Irwan Misbah, SE., M. Si (.....)

Pembimbing II : Mudzhira Nur Amrullah, S. Sos., M. Si (.....)

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
UIN Alauddin Makassar.



Dr. Hj. Muliaty Amin, M. Ag
NIP: 19540915 198703 2 001

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puja dan puji yang tiada henti penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkah dan karunia-Nya yang luar biasa kepada penulis, sehingga skripsi yang berjudul “Motivasi Siswa-Siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam Menggunakan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Media Komunikasi” ini, dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Salam shalawat dan doa senantiasa terpanjat atas junjungan kita umat muslim kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat, semoga senantiasa berada dalam lindungan dan kasih sayang Allah SWT, amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, meskipun telah melalui beberapa proses menuju kesempurnaan. Berkat doa dan usaha serta bimbingan dari semua pihak, Alhamdulillah, skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik. Penulis berharap, skripsi ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terkhusus kepada mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi sebagai bahan referensi dalam penelitian analisis data.

Rasa cinta dan terima kasih yang tiada terhingga penulis haturkan kepada kedua orang tua penulis, yang dengan sabar dan penuh kasih sayang, telah memberi bimbingan kepada penulis baik berupa moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya hingga di tingkat perguruan tinggi.

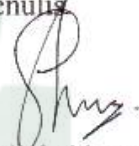
Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Abd. Qadir Gassing, HT., M.S., selaku rektor UIN Alauddin Makassar.
2. Dr. Hj. Muliaty Amin, M.Ag, selaku dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar beserta jajarannya.
3. Ramsiah Tasruddin, S.Ag., M.Si, selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
4. Dra. Audah Mannan, M.Ag, selaku sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
5. Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, khususnya dosen Ilmu Komunikasi yang namanya tidak sempat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan
6. Dr. Irwan Misbach, M.Si dan Mudzhirah Nur Amrullah, S.Sos.,M.Si, selaku pembimbing yang memberikan arahan, kritikan, saran dan motivasi kepada penulis.
7. Muliadi, S.Ag.,M.Sos.I dan Muh. Anshar Akil, ST.,M.Si, selaku Munaqisy penulis dalam skripsi ini.
8. Bapak Rusli, selaku staf jurusan yang telah banyak membantu penulis dalam hal kelengkapan persuratan
9. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

Serta semua pihak yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu, sekali lagi terima kasih atas dukungan dan semangat yang diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga segala doa yang diberikan kepada penulis diberi nilai ibadah dihadapan Allah SWT, Amiin.

Sekian. Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar,
Penulis



Shindy Nurmuslimah
NIM. 50700109055

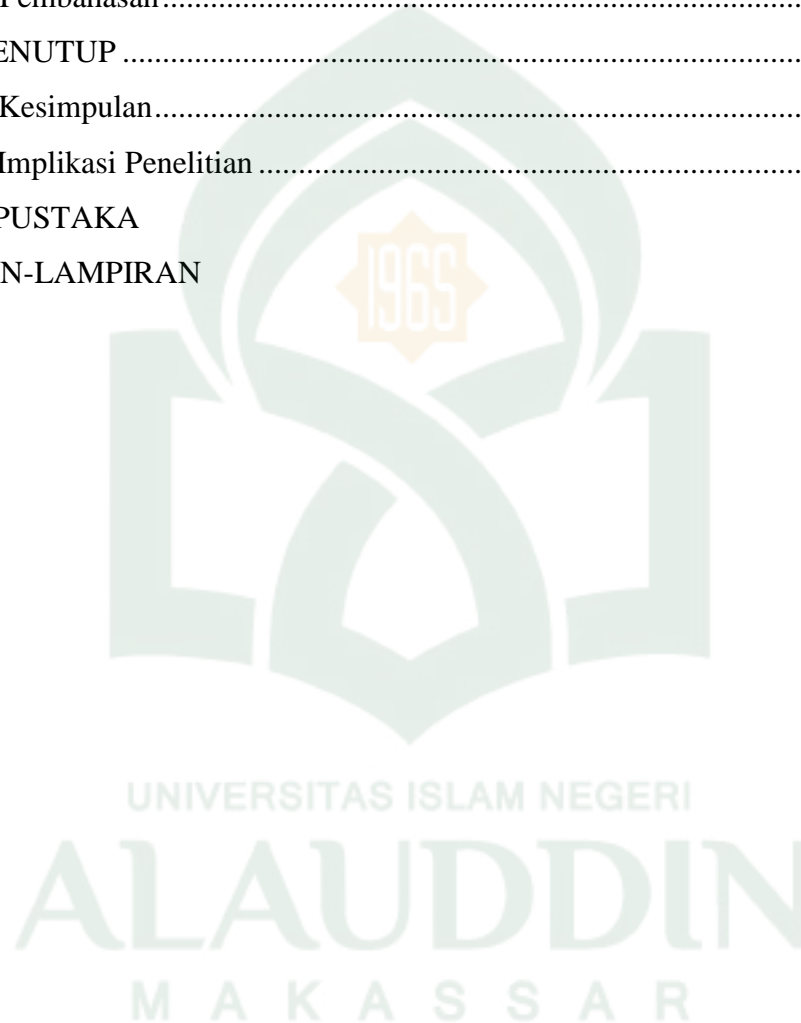


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1-8
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Fokus Penelitian	4
D. Kajian Pustaka.....	6
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN TEORETIS	8-40
A. Motivasi.....	8
B. Teori-Teori Motivasi	11
C. Jenis-Jenis Jejaring Sosial	15
D. Jejaring Sosial Twitter.....	22
E. Komunikasi Massa	29
F. Model Komunikasi Massa	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	41-45
A. Jenis Penelitian	41
B. Pendekatan Penelitian.....	42
C. Metode Pengumpulan Data	43
D. Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46-63
A. Gambaran Umum Informa	46

B. Motivasi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi.....	50
C. Manfaat twitter bagi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi.....	57
D. Pembahasan.....	60
BAB IV PENUTUP	63-64
A. Kesimpulan.....	63
B. Implikasi Penelitian	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



ABSTRAK

NAMA : Shindy Nur Muslimah.S
NIM : 50700109055
JUDUL : Motivasi Siswa-Siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam Menggunakan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Media Komunikasi

Pokok masalah penelitian ini adalah mengetahui manfaat twitter bagi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dan motivasi mereka menggunakan twitter sebagai media komunikasi.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Dimana penelitian ini yang berusaha menuturkan pemecahan masalah yang ada berdasarkan data dan hasil observasi, maka peneliti juga menyajikan data, menganalisa dan menginterpretasikan. Dalam penelitian ini akan dilakukan observasi dan wawancara terhadap siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan twitter sebagai media komunikasi mereka selanjutnya peneliti akan menyajikan data dari hasil wawancara tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat twitter bagi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar diantaranya untuk menambah teman, menjalin silaturahmi, mengungkapkan perasaan, mencari informasi yang di butuhkan, bahkan untuk menjalin pertemanan dengan artis favorit mereka. Siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar termotivasi menggunakan twitter sebagai media komunikasi mereka karena sebagian besar teman-teman mereka lebih aktif menggunakan twitter untuk berbagi informasi dengan teman-teman yang lain selain itu mereka juga termotivasi karena mereka dapat menambah teman baik dari kota lain bahkan sampai Negara lain.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, ilmu pengetahuan dan teknologi telah berkembang. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) ini awalnya lahir dari pemikiran manusia yang berusaha untuk mempermudah kegiatan-kegiatannya.

Ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju tentunya mempengaruhi perkembangan informasi dan komunikasi. Kebutuhan masyarakat akan teknologi mendukung terciptanya alat komunikasi yang semakin lama semakin canggih. Teknologi juga banyak menghasilkan mesin dan alat-alat lain yang dapat memudahkan manusia untuk berkomunikasi. Komunikasi yang dulunya memerlukan waktu yang lama dalam penyampaiannya kini dengan teknologi segalanya menjadi sangat dekat dan tanpa jarak. Menurut Stephen Covey dalam kutipan Aribowo Prijosaksono dan Roy Sambel, komunikasi merupakan keterampilan yang paling penting dalam hidup manusia. Manusia menghabiskan sebagian besar jam di saat sadar dan bangun untuk berkomunikasi. Sama halnya dengan pernafasan, komunikasi perlu dianggap sebagai hal yang otomatis terjadi begitu saja, sehingga manusia tidak memiliki kesadaran untuk melakukannya dengan efektif.¹ Dengan adanya perkembangan teknologi maka masyarakat

¹ Aribowo Prijosaksono dan Roy Sambel, *Komunikasi yang Efektif*. www.sinarharapan.com (29 April 2007)

semakin mudah dalam melakukan komunikasi. Komunikasi yang dilakukan bukan hanya komunikasi interpersonal tetapi juga komunikasi massa dimana komunikasi ini menggunakan media massa seperti internet sebagai perantara. Dengan adanya media massa maka masyarakat bisa membaca dan mengetahui informasi yang ada.

Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al Alaq (96) : Ayat 1-5 yang berbunyi:

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ۖ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ۚ
اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ۚ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ۚ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ
مَا لَمْ يَعْلَمْ ۚ

Terjemahnya :

“Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu Yang menciptakan, (1) Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. (2) Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah, (3) Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam [1590], (4) Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.”(5)

Dalam ayat ini Allah mengungkapkan cara bagai mana ia menjadikan manusia yaitu manusia sebagai makhluk yang mulia dijadikan Allah dari sesuatu yang melekat dan diberinya kesanggupan untuk menguasai segala sesuatu yang ada di Bumi serta mennundudukannya untuk keperluan hidupnya dengan ilmu yang diberikan Allah kepadanya dan Dia berkuasa pula menjadikan insan kamil diantara manusia, seperti Nabi SAW yang pandai membaca walaupun tanpa belajar.

Internet merupakan salah satu hasil dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi buatan manusia. Internet adalah singkatan dari Interconnected Networking yang apabila diartikan dalam bahasa Indonesia berarti rangkaian komputer yang terhubung di dalam beberapa rangkaian jaringan. Salah satu layanan internet ini adalah situs jejaring sosial, seperti situs jejaring sosial adalah *Friendster, Myspace, Flickr, You Tube, Facebook, Twitter* dan lain-lain. Keberadaan situs jejaring sosial memudahkan penggunanya untuk berinteraksi dengan orang-orang dari seluruh dunia dengan biaya yang lebih murah dibandingkan menggunakan telepon.²

Pada umumnya pelajar belum memahami manfaat dari situs jejaring sosial, sehingga situs jejaring sosial ini sering disalahgunakan. Penggunaan situs jejaring sosial yang berlebihan dapat menurunkan motivasi belajar siswa. Menurunnya motivasi belajar siswa mengakibatkan hasil belajar mereka menurun. Hal ini disebabkan karena kebanyakan siswa yang telah bergabung dengan situs jejaring sosial lebih banyak menghabiskan waktunya untuk membuka situs jejaring ini dari pada untuk belajar.³

Terlepas dari dampak negatif, situs jejaring sosial juga memiliki manfaat yang positif bagi pelajar, misalnya situs jejaring sosial twitter, ada dua aspek utama

² Tracy, *Sahabat Internet* (Bandung: ITB Bandung, 1997), h. 45.

³ Tracy, *Sahabat Internet*

yang digunakan pada twitter yaitu sebagai media sosial dan media pendidikan.⁴ Sebagian besar siswa-siswi di SMP Negeri 30 Makassar sangat aktif dalam menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi. Bahkan ada di antara mereka yang sudah memiliki akun twitter dalam kurun waktu satu tahun. Siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar menggunakan twitter untuk berkomunikasi dengan guru dan siswa lainnya lewat hubungan pertemanan, berbagi pengetahuan, berbagi perasaan dengan teman. Berdasarkan uraian masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Motivasi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi”**.

B. Rumusan Masalah

Untuk memudahkan dalam pelaksanaan penelitian, permasalahan yang diteliti sesuai dengan topik yang diteliti. Adapun permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana motivasi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi?
2. Apa manfaat twitter bagi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi?

C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

⁴ Tracy, *Sahabat Internet*

Sebelum membahas lebih lanjut, terlebih dahulu penulis membahas definisi konseptual untuk menghindari multi interpretasi di antara pembaca. Karena itu, diajukan batasan pengertian guna kesepahaman tentang konsep operasional judul penelitian tentang, “Motivasi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan jejaring sosial twitter”, sebagaimana berikut:

1. Motivasi

Motivasi dapat diartikan sebagai kekuatan (energi) seseorang yang dapat menimbulkan tingkat persistensi dan entusiasmenya dalam melaksanakan suatu kegiatan, baik yang bersumber dari dalam diri individu itu sendiri (motivasi intrinsik) maupun dari luar individu (motivasi ekstrinsik).⁵ Motivasi intrinsik merupakan motivasi yang berasal dari rangsangan di dalam diri setiap individu. Ia terdiri daripada dorongan dan minat individu untuk melakukan suatu aktivitas tanpa mengharap ataupun meminta ganjaran sedangkan Motivasi ekstrinsik merupakan motivasi yang timbul akibat pengaruh dari luar individu, apakah karena ajakan, suruhan atau paksaan dari orang lain sehingga dengan keadaan demikian seseorang mau melakukan sesuatu.⁶

2. Siswa-siswi

⁵ Rizkia Amalia, *Teori Motivasi*. www.motivasi.com. (12 November 2012).

⁶ M. Sobri Sutikno, *Strategi Belajar Mengajar*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2007).

Siswa/Siswi istilah bagi peserta didik pada jenjang pendidikan dasar dan menengah. Siswa adalah komponen masukan dalam sistem pendidikan, yang selanjutnya diproses dalam proses pendidikan, sehingga menjadi manusia yang berkualitas sesuai dengan tujuan pendidikan nasional.

3. Jejaring Sosial twitter

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.

D. Kajian Pustaka

Mengacu kepada penelitian di Universitas Mercu Buana dimana judul hasil penelitiannya adalah motivasi siswa dalam menggunakan Internet. Di dalam penelitiannya dipaparkan mengenai motivasi siswa dalam menggunakan internet sebagai sarana komunikasi, dalam hal ini siswa menggunakan jejaring sosial facebook. Adapun penelitian lain mengenai internet atau jejaring sosial seperti penelitian mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta atas nama Asri Hidayanti (D 1208527) dengan judul Motivasi dan Kepuasan Menggunakan Jejaring Sosial Facebook.

Penelitian skripsi tentang internet atau jejaring sosial juga pernah diteliti dengan judul “Facebook Sebagai Media Komunikasi” yang ditulis oleh Hari Kristanto (D 1207608) mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta lulusan tahun 2010. Namun pembahasan tentang penelitian ini berbeda dengan apa yang diteliti oleh peneliti sekarang ini. Penelitian yang terdahulu tersebut membahas

mengenai penggunaan jejaring sosial sebagai sarana ataupun media komunikasi, namun jejaring sosial yang mereka gunakan kebanyakan membahas tentang jejaring sosial facebook. Berbeda dengan penelitian yang sekarang dimana peneliti mencoba meneliti tentang motivasi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui motivasi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi.
- b. Untuk mengetahui manfaat twitter bagi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta menjadi pertimbangan demi terbukanya wawasan dan pengetahuan berpikir dalam proses penyadaran akademik khususnya pada kajian komunikasi menggunakan jejaring sosial twitter.
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau bahan literatur dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada ilmu komunikasi yang membidangi komunikasi antar siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar.

- c. Manfaat sosial dapat memberikan wawasan kepada masyarakat tentang pentingnya komunikasi antar siswa dengan pengajar dan memberikan pelajaran kepada siswa-siswi bagaimana cara menciptakan komunikasi yang baik.



BAB II

TINJAUAN TEORITIS

Internet merupakan jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Misi awalnya adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer yang mahal. Namun, sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif, sehingga telah menyimpang jauh dari misi awalnya. Dewasa ini, internet telah tumbuh menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan.

Komunikasi dengan menggunakan media internet secara teknis dan fisik merupakan fenomena baru proses komunikasi yang dilakukan manusia pada akhir abad 20 dan telah menjadi bagian integral dari masyarakat, pendidikan, industri dan pemerintahan.

Beberapa eksplorasi tentang media internet memberikan kontribusi pada terminologi komunikasi bermedia internet atau *Computer Mediated Communication*. Pixy Ferris secara general mendefinisikan komunikasi bermedia internet sebagai “interaksi secara interpersonal yang dihubungkan oleh komputer, yang meliputi komunikasi *asynchronous* dan *synchronous* melalui fasilitas dalam internet”.¹ Jadi komunikasi itu bisa secara tidak serempak dan serempak dalam waktu bersamaan.

¹www.december.com/cmc/mag/1998/may/chenault.html, diakses tanggal (1 Maret 2010)

A. *Motivasi*

Kata motivasi berasal dari bahasa latin “*Movere*” yang artinya menimbulkan pergerakan. Motivasi didefinisikan sebagai kekuatan psikologis yang menggerakkan seseorang ke arah beberapa jenis tindakan dan sebagai suatu kesediaan peserta didik untuk menerima pembelajaran, dengan kesiapan sebagai bukti dari motivasi.² Motivasi adalah hasil faktor internal dan faktor eksternal hal yang tersirat dari motivasi adalah gerakan untuk memenuhi suatu kebutuhan atau untuk mencapai suatu tujuan.

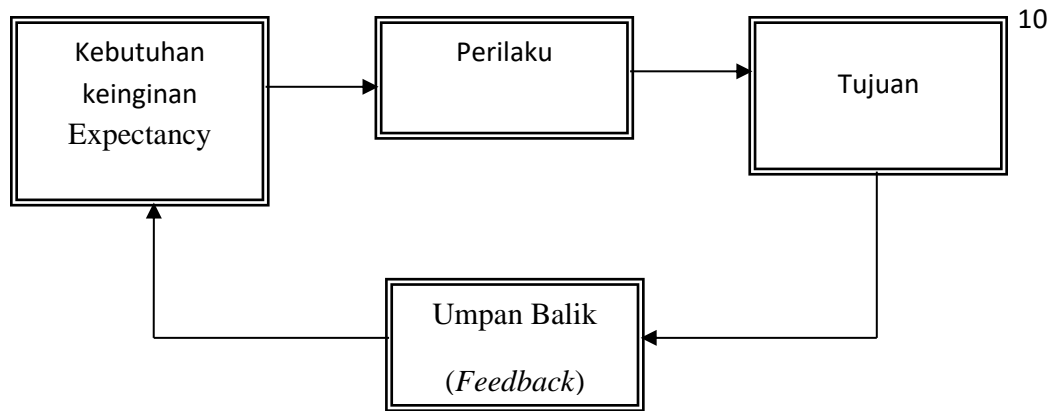
Motivasi juga didefinisikan sebagai dorongan dari dalam diri individu berdasarkan mana dari berperilaku dengan cara tertentu untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Motivasi berarti sesuatu hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan. Jadi motivasi dapat pula diartikan faktor yang mendorong orang untuk bertindak dengan cara tertentu.³

Proses motivasi merupakan sebuah predisposisi untuk bertindak dengan cara yang khusus dan terarah pada tujuan tertentu sekalipun rumusan tentang rumusan motivasi dibatasi hingga purposif atau yang diarahkan pada tujuan⁴. Proses mekanisme dasar dari suatu proses motivasi digambarkan sebagai berikut :

² Haggard, *Motivasi* (New York: Oxford University Press, 1989)

³ Manullang, <http://www.motivasi-kerja.com>. (27 Agustus 2010)

⁴ Winardi, *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2001)



Gambar 2.1. Proses motivasional dasar

Gambaran mekanisme di atas menggambarkan manusia sebagai makhluk sosial berusaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan ekspektasi. Kebutuhan, keinginan dan ekspektasi tersebut menimbulkan ketegangan-ketegangan pada para manajer, yang dianggap mereka kurang menyenangkan. Dengan anggapan bahwa perilaku khusus tertentu dapat mengurangi perasaan yang dimiliki, maka hal tersebut menyebabkan orang yang bersangkutan berperilaku. Perilaku tersebut diarahkan kepada tujuan untuk mengurangi kondisi ketegangan tersebut. Dimulainya perilaku tersebut menyebabkan timbulnya petunjuk-petunjuk yang memberikan umpan balik (informasi) kepada orang yang bersangkutan tentang dampak perilaku. Umpan balik (*feedback*) kebutuhan, keinginan *expectancy* perilaku tujuan.

Motivasi terbagi menjadi dua yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik berasal dari dalam individu, merupakan dorongan bagi individu untuk menjadi produktif.⁵ Motivasi intrinsik berhubungan langsung dengan cita-cita individu, sedangkan motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang ditingkatkan

⁵ Marquis dan Huston, *Leadership Roles and Management Function in Nursing* (Philadelphia: Lippincott Company, 2000), h. 57.

melalui lingkungan pekerjaan atau penghargaan diberikan setelah pekerjaan sempurna. Fungsi motivasi terdiri dari tiga, yaitu :

1. Mendorong manusia untuk berbuat, motivasi dalam hal ini merupakan motor penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan.⁶
2. Menentukan arah perbuatan, yaitu ke arah tujuan yang hendak dicapai, sehingga motivasi dapat memberikan arah dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai dengan rumusan tujuannya.
3. Menyeleksi perbuatan, yaitu menentukan perbuatan-perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan, dengan menyisihkan perbuatan-perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut.

B. Teori-Teori Motivasi

Motivasi merupakan satu penggerak dari dalam hati seseorang untuk melakukan atau mencapai sesuatu tujuan. Motivasi juga bisa dikatakan sebagai rencana atau keinginan untuk menuju kesuksesan dan menghindari kegagalan hidup.⁷ Dengan kata lain motivasi adalah sebuah proses untuk tercapainya suatu tujuan. Seseorang yang mempunyai motivasi berarti mereka telah mempunyai kekuatan untuk memperoleh kesuksesan dalam kehidupan.

Motivasi dapat berupa motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi yang bersifat intrinsik adalah dimana sifat pekerjaan itu sendiri yang membuat seorang

⁶ Sardiman, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), h. 30.

⁷ Abraham H Maslow, *Motivasi dan Kepribadian* (Jakarta : PT. Gramedia, 1984), h. 30.

termotivasi, orang tersebut mendapat kepuasan dengan melakukan pekerjaan tersebut bukan karena rangsangan lain seperti status ataupun uang atau bisa juga dikatakan seorang melakukan hobbinya.⁸ Sedangkan motivasi ekstrinsik adalah dimana elemen elemen diluar pekerjaan yang melekat di pekerjaan tersebut menjadi faktor utama yang membuat seorang termotivasi seperti status ataupun kompensasi.

Banyak teori motivasi yang dikemukakan oleh para ahli yang dimaksudkan untuk memberikan uraian yang menuju pada apa sebenarnya manusia dan manusia akan dapat menjadi seperti apa. Teori-teori motivasi tersebut terdiri dari :

1. Teori Motivasi Abraham Maslow (1943-1970)

Abraham Maslow (1943;1970) mengemukakan bahwa pada dasarnya semua manusia memiliki kebutuhan pokok. Ia menunjukkannya dalam 5 tingkatan yang berbentuk piramid, orang memulai dorongan dari tingkatan terbawah. Lima tingkat kebutuhan itu dikenal dengan sebutan Hirarki Kebutuhan Maslow, dimulai dari kebutuhan biologis dasar sampai motif psikologis yang lebih kompleks yang hanya akan penting setelah kebutuhan dasar terpenuhi⁹. Kebutuhan pada suatu peringkat paling tidak harus terpenuhi sebagian sebelum kebutuhan pada peringkat berikutnya menjadi penentu tindakan yang penting.

a. Kebutuhan fisiologis (rasa lapar, rasa haus, dan sebagainya)

⁸ Abraham H Maslow, *Motivasi dan Kepribadian* (Jakarta : PT. Gramedia, 1984), h. 30.

⁹ Abraham H Maslow, *Motivasi dan Kepribadian*, (Jakarta : PT. Gramedia, 1984), h. 65.

- b. Kebutuhan rasa aman (merasa aman dan terlindung, jauh dari bahaya)
- c. Kebutuhan akan rasa cinta dan rasa memiliki (berafiliasi dengan orang lain, diterima, memiliki)
- d. Kebutuhan akan penghargaan (berprestasi, berkompetensi, dan mendapatkan dukungan serta pengakuan)
- e. Kebutuhan aktualisasi diri (kebutuhan kognitif: mengetahui, memahami, dan menjelajahi; kebutuhan estetik: keserasian, keteraturan, dan keindahan; kebutuhan aktualisasi diri: mendapatkan kepuasan diri dan menyadari potensinya) Bila makanan dan rasa aman sulit diperoleh, pemenuhan kebutuhan tersebut akan mendominasi tindakan seseorang dan motif-motif yang lebih tinggi akan menjadi kurang signifikan. Orang hanya akan mempunyai waktu dan energi untuk menekuni minat estetika dan intelektual, jika kebutuhan dasarnya sudah dapat dipenuhi dengan mudah. Karya seni dan karya ilmiah tidak akan tumbuh subur dalam masyarakat yang anggotanya masih harus bersusah payah mencari makan, perlindungan, dan rasa aman.

2. Teori Motivasi Herzberg (1966)

Ada dua jenis faktor yang mendorong seseorang untuk berusaha mencapai kepuasan dan menjauhkan diri dari ketidakpuasan. Dua faktor itu disebutnya faktor higiene (faktor ekstrinsik) dan faktor motivator (faktor intrinsik).

¹⁰Faktor higiene memotivasi seseorang untuk keluar dari ketidakpuasan, termasuk didalamnya adalah hubungan antar manusia, imbalan, kondisi lingkungan, dan sebagainya (faktor ekstrinsik), sedangkan faktor motivator memotivasi seseorang untuk berusaha mencapai kepuasan, yang termasuk didalamnya adalah achievement, pengakuan dan kemajuan tingkat kehidupan

3. Teori Motivasi Douglas McGregor

Mengemukakan dua pandangan manusia yaitu teori X (negative) dan teori Y (positif), Menurut teori X empat pengandaian yang dipegang manajer yaitu:

- a. Karyawan secara inheren tertanam dalam dirinya tidak menyukai kerja
- b. Karyawan tidak menyukai kerja mereka harus diawasi atau diancam dengan hukuman untuk mencapai tujuan.
- c. Karyawan akan menghindari tanggung jawab.
- d. Kebanyakan karyawan menaruh keamanan diatas semua factor yang dikaitkan dengan kerja.¹¹

4. Teori Motivasi Vroom (1964)

Teori dari Vroom (1964) tentang *cognitive theory of motivation* menjelaskan mengapa seseorang tidak akan melakukan sesuatu yang ia yakini ia tidak dapat melakukannya, sekalipun hasil dari pekerjaan itu sangat dapat ia inginkan. Tinggi rendahnya motivasi seseorang ditentukan oleh tiga komponen, yaitu:

¹⁰ <http://agus.blogchandra.com/teori-teori-motivasi>, diakses tanggal (30 November 2012)

¹¹ <http://agus.blogchandra.com/teori-teori-motivasi>, diakses tanggal (30 November 2012)

- a. Ekspektasi (harapan) keberhasilan pada suatu tugas
 - b. Instrumentalis, yaitu penilaian tentang apa yang akan terjadi jika berhasil dalam melakukan suatu tugas (keberhasilan tugas untuk mendapatkan outcome tertentu).
 - c. Valensi, yaitu respon terhadap outcome seperti perasaan positif, netral, atau negatif. Motivasi tinggi jika usaha menghasilkan sesuatu yang melebihi harapan. Motivasi rendah jika usahanya menghasilkan kurang dari yang diharapkan¹²
5. Achievement Theory teori Achievement Mc Clelland (1961)
- Ada tiga hal penting yang menjadi kebutuhan manusia, yaitu:
- a. Need for achievement (kebutuhan akan prestasi)
 - b. Need for affiliation (kebutuhan akan hubungan sosial)
 - c. Need for Power (dorongan untuk mengatur)

C. *Jenis-Jenis Jejaring Sosial*

Jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang dijalin dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain¹³.

Analisis jaringan jejaring sosial memandang hubungan sosial sebagai *simpul* dan *ikatan*. Simpul adalah aktor individu di dalam jaringan,

¹² Koeswara E, *Motivasi teori dan Penelitiannya*, (Bandung : Angkasa, 1995)

¹³ Adi Wibawa, *Jejaring Sosial*, <http://wibawaadiputra.wordpress.com>. (27 Januari 2013)

sedangkan ikatan adalah hubungan antar aktor tersebut. Bisa terdapat banyak jenis ikatan antar simpul. Penelitian dalam berbagai bidang akademik telah menunjukkan bahwa jaringan jejaring sosial beroperasi pada banyak tingkatan, mulai dari keluarga hingga negara, dan memegang peranan penting dalam menentukan cara memecahkan masalah, menjalankan organisasi, serta derajat keberhasilan seorang individu dalam mencapai tujuannya.

Dalam bentuk yang paling sederhana, suatu jaringan jejaring sosial adalah peta semua ikatan yang relevan antar simpul yang dikaji. Jaringan tersebut dapat pula digunakan untuk menentukan modal sosial aktor individu. Konsep ini sering digambarkan dalam diagram jaringan sosial yang mewujudkan simpul sebagai titik dan ikatan sebagai garis penghubungnya.

Saat ini banyak terdapat jenis-jenis jejaring sosial antara lain:

1. *My Space*

MySpace adalah situs jaringan sosial populer yang menawarkan jaringan antar teman, profil pribadi, blog, grup, foto, musik dan video untuk remaja dan dewasa di seluruh dunia. ¹⁴Markas situs ini terletak di Beverly Hills, California, Amerika Serikat. Tetapi pada tahun 2005, News Corp membeli MySpace dengan harga 580 juta dollar AS dan MySpace resmi berpindah tangan menjadi milik News Corporation.

¹⁴ Tracy, *Sahabat Internet* (Bandung: ITB Bandung, 1997)

2. *Friendster*

Friendster, yang ide penamaannya berasal dari nama Napster, adalah sebuah situs web jaringan sosial di mana seorang pengguna akan membuat identitas maya dan kemudian mengisi data dirinya untuk kemudian mendapatkan account di Friendster. Dalam Friendster, kita juga dapat melihat teman dari teman kita dan teman dari teman dari teman kita, selain melihat teman kita sendiri.

Friendster dimulai sejak tahun 2002 oleh Jonathan Abrams dan sekarang sudah melewati masa beta test. Sejak awal 2005, Friendster juga telah memulai fitur blog. Bahasanya juga sudah multi-language. Dan kini sudah ada versi untuk mobile-nya.

3. *Hi5*

Hi5 adalah salah satu situs jejaring sosial. Situs ini pada tahun 2008 termasuk salah satu dari 20 situs jejaring sosial yang paling sering dikunjungi oleh pengguna internet di seluruh dunia (sebagian besar orang yang mengunjungi Hi5 terinstall toolbar Alexa dalam browser mereka. Pendiri Hi5 sendiri yakni Ramu Yalamanchi pada tahun 2003 yang juga menjabat sebagai CEO. Pada bulan Januari 2009, Hi5 mengklaim dirinya memiliki lebih dari 60 juta anggota atau member aktif.

4. *Facebook*

Facebook adalah situs web jaringan sosial yang diluncurkan pada 4 Februari 2004 dan didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang lulusan Harvard dan mantan murid Ardsley High School. Keanggotaannya pada awalnya dibatasi untuk siswa dari Harvard College. Dalam dua bulan selanjutnya, keanggotaannya diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston (Boston College, Boston University, MIT, Tufts), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan semua sekolah yang termasuk dalam Ivy League.

Banyak perguruan tinggi lain yang selanjutnya ditambahkan berturut-turut dalam kurun waktu satu tahun setelah peluncurannya. Akhirnya, orang-orang yang memiliki alamat surat-e suatu universitas (seperti .edu, .ac.uk, dll) dari seluruh dunia dapat juga bergabung dengan situs ini.

Selanjutnya dikembangkan pula jaringan untuk sekolah-sekolah tingkat atas dan beberapa perusahaan besar. Sejak 11 September 2006, orang dengan dengan alamat surat-e apa pun dapat mendaftar di Facebook. Pengguna dapat memilih untuk bergabung dengan satu atau lebih jaringan yang tersedia, seperti berdasarkan sekolah tingkat atas, tempat kerja, atau wilayah geografis.

Hingga Juli 2007, situs ini memiliki jumlah pengguna terdaftar paling besar di antara situs-situs yang berfokus pada sekolah dengan lebih dari 34 juta anggota aktif yang dimilikinya dari seluruh dunia. Dari September 2006 hingga September 2007, peringkatnya naik dari posisi ke-60 ke posisi ke-7 situs paling banyak dikunjungi, dan merupakan situs nomor satu untuk foto

di Amerika Serikat, mengungguli situs publik lain seperti Flickr, dengan 8,5 juta foto dimuat setiap harinya.

5. *Twitter*

Twitter adalah suatu situs web layanan jaringan sosial dan mikroblog yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirimkan "pembaharuan" berupa tulisan teks dengan panjang maksimum 140 karakter melalui SMS, pengirim pesan instan, surat elektronik, atau aplikasi seperti Twitterrific dan Twitbin.¹⁵ Twitter didirikan pada Maret 2006 oleh perusahaan rintisan Obvious Corp. Kesuksesan Twitter membuat banyak situs lain meniru konsepnya, kadang menawarkan layanan spesifik lokal suatu negara atau menggabungkan dengan layanan lainnya. Suatu sumber bahkan menyebutkan bahwa paling tidak ada 111 situs web yang memiliki layanan mirip dengan Twitter.

6. *Linked In*

Linked In adalah situs web jaringan sosial yang berorientasi bisnis, terutama digunakan untuk jaringan profesional. Sampai September 2007 situs ini memiliki lebih dari 14 juta pengguna terdaftar, meliputi 150 industri dan lebih dari 400 bidang ekonomi yang diklasifikasi menurut jasanya. CEO LinkedIn saat ini adalah Dan Nye dan kantornya berlokasi di Mountain View, California. Perusahaan ini didanai oleh Greylock, Sequoia

¹⁵ Tracy, *Sahabat Internet* (Bandung: ITB Bandung, 1997), h. 76.

Capital, Bessemer Venture Partners, serta European Founders Fund.

LinkedIn mulai meraih keuntungan (arus kas positif) sejak Maret 2006

7. *FUPEI (Friends Uniting Program Especially Indonesian)*

FUPEI adalah kependekan dari Friends Uniting Program Especially Indonesian adalah sebuah situs jaringan sosial yang berdiri pada bulan Mei 2004 menyediakan ruang gerak untuk kegiatan pertemanan bagi penggunanya secara interaktif. Berawal dari booming situs-situs jaringan sosial seperti friendster pada tahun 2004, FUPEI yang turut ikut memberikan sebuah ruang untuk pengguna internet di Indonesia merupakan sebuah bentuk user-generated-content yang mencakup foto, musik, video, dan lain-lain. Pengguna-pengguna tersebut kemudian dikenal dengan nama fupeis.

8. *Bebo*

Bebo adalah sebuah situs jejaring sosial yang populer yang dibuat pada bulan Januari 2005. Ini banyak dipakai di beberapa Negara termasuk Irlandia, Kanada, Amerika Serikat, Inggris, Selandia Baru dan Australia. Versi bahasa Polandia sudah dirilis yang menggunakan database user yang berbeda. Ada planning untuk merilis versi bahasa Prancis, German dll. Dibuat oleh suami dan istri Michael dan Xochi Birch, Bebo diluncurkan secara resmi pada bulan Juli 2005. Lalu AOL (America OnLine) membelinya pada 13 Maret 2008 sekitar 850 juta dollar. Bebo adalah kependekan dari "Blog early, blog often".

9. *Orkut*

Situs jejaring sosial ini dilaunching pada tanggal 22 Januari 2004 oleh Google Inc. Situs ini merupakan dari karyawan Google sendiri, jadi bukan merupakan hasil akuisisi dari pihak manapun. Dinamai Orkut, karena nama itu sebagai bentuk dedikasi Google terhadap kreatornya yang bernama Orkut.¹⁶Orkut tidak begitu populer di Indonesia. Seperti yang saya kutip dari Wikipedia, pengguna Orkut kebanyakan dari negeri Samba (Brasil) dengan presentase sebesar 51.09% kemudian diikuti oleh India 20.02% (Data dirilis Desember 2009). Orkut juga mendukung banyak bahasa (multilingual) seperti jejaring sosial pada umumnya. Orkut memiliki jumlah user sebanyak 200 juta orang diseluruh dunia.

10. *Koprol*

Koprol merupakan salah satu jejaring sosial made in Indonesia. Koprol tergolong unik karena jika anda check-in (log-in) dengan ponsel, ponsel anda dapat berfungsi sebagai GPS tanpa adanya aplikasi GPS di ponsel tersebut.¹⁷Setelah anda log-in anda dapat melihat user lain yang sedang ada di lokasi yang sama (kota yang sama).

11. *Tumblr*

Tumblr, sekarang menjadi salah satu jejaring yang banyak diminati kalangan muda. Salah satu micro-blog atau jejaring sosial yang anda dapat

¹⁶ Tracy, *Sahabat Internet* (Bandung: ITB Bandung, 1997), h. 76.

¹⁷ Tracy, *Sahabat Internet* (Bandung: ITB Bandung, 1997), h. 86.

coba. Tumblr dibuat oleh David Karp pada tahun 2007 dan sampai sekarang sudah memiliki user kurang lebih sebanyak 3 juta orang. Berdasarkan posting David Karp di Tumblr Staff blog pada 15 Maret 2010, rata-rata 2.000.000 posting dibuat dan 15.000 pengguna baru setiap harinya.

12. *Plurk*

Plurk dirilis pada tanggal 12 Mei 2008. *Plurk* sendiri sangat populer di Taiwan, Filipina dan Indonesia. *Plurk* sendiri merupakan akronim dari Peace, Love, Unity, Respect dan Karma. *Plurk* memiliki keunikan tersendiri dibanding dengan jejaring sosial lainnya, yakni *plurk* akan memberikan *reward* kepada *plurker* (sebutan bagi *user plurk*) yang dikenal dengan nama karma. Karma akan diberikan berdasarkan jumlah *response* terhadap *plurk* yang di *posting* seseorang, keaktifan dalam pertemanan dan jumlah perekrutan anggota baru.

D. *Jejaring Sosial Twitter*

Twitter didirikan pada tahun 2006 oleh Biz Stone dan Evan Williams yang berasal dari Google serta Jack Dorsey yang merupakan karyawan Odeo. Ide twitter sendiri dicetuskan oleh Jack Dorsey dalam diskusi yang diselenggarakan oleh anggota dewan dari Podcasting perusahaan Odeo. Jack memiliki suatu ide yang tentang ‘status’.¹⁸ ‘status’ mengenai apa yang dilakukan oleh seseorang. Dengan

¹⁸ Adi Wibawa, *Jejaring Sosial*. <http://wibawaadiputra.wordpress.com>. (27 Januari 2013).

siapa dia melakukan kegiatan, hingga akan terjadi interaksi percakapan antar pengguna. Muncullah Twitter yang pada awalnya dinamai Twtr.

Konsep awal dari twitter adalah sistem yang memberikan fitur bagi pengguna untuk mengirimkan pesan (SMS) ke suatu nomor yang dan dapat disiarkan ke semua teman. Dengan berbagai diskusi dan koreksi di sistem tersebut, maka saat ini twitter telah berkembang menjadi situs jejaring sosial yang memiliki fitur untuk menerbitkan posting singkat serupa dengan SMS yang bisa diakses oleh beberapa pihak lain dalam waktu bersamaan.

Proyek pembuatan twitter dimulai secara terbuka pada tanggal 15 Juli 2006, dan seiring semakin berkembangnya proyek twitter, maka pada April 2007 twitter secara resmi menjadi perusahaan mandiri. Kepopuleran twitter terus naik pada tahun 2007 bertepatan dengan diadakannya festival South by Southwest (SXSW) yang merupakan festival musik yang cukup populer. Selama proses acara tersebut terlihat respon positif dari pengguna twitter, penggunaan twitter meningkat sebanyak 40.000 kicauan per hari, dari 20.000 kicauan per hari menjadi 60.000 kicauan per hari.

Seiring dengan kepopulerannya, penggunaan twitter mulai meningkat dari waktu ke waktu. Peningkatan ini berbanding lurus dengan adanya peristiwa yang terjadi di dunia (trending topic). Misalnya saat michael jackson meninggal, penggunaan twitter meningkat secara tajam. Pada awal pembuatan twitter, media sosial ini hanya didesain untuk berkomunikasi. Oleh karena itu fasilitas yang tersedia didesain hanya untuk menerbitkan suatu twit dengan jumlah karakter yang

telah diberikan. Penggunaan twitter yang mengalami perkembangan dengan cepat menyebabkan semakin banyak inovasi – inovasi untuk mengakses situs ini. Twitter sendiri saat ini telah bekerjasama dengan banyak penyedia layanan web, dan menghasilkan jumlah penyedia twitter client yang beragam, misalnya TweetDeck, Seesmic Desktop, dabr.co.uk, tweetie.net, slandr.co.uk.¹⁹ Untuk semakin meningkatkan perkembangan twitter, pihak twitter telah bekerjasama dengan twitter client. Twitter client adalah penyedia fitur-fitur tambahan dalam penggunaan twitter. Misalnya twitter client dengan alamat web twitpic.com, instagram.com, dan yfrog.com yang merupakan situs khusus untuk mengupload gambar dan foto. Saat ini juga telah dikembangkan suatu web client yang menyediakan fasilitas untuk mengatasi batasan karakter dalam penulisan twit, sehingga kita bisa membuat twit yang lebih panjang.

Selain pengembangan dan kerjasama antara twitter dengan twitter client yang semakin memperkaya fitur, saat ini juga telah tersedia aplikasi twitter yang dapat digunakan untuk mengakses twitter melalui media lain. Jadi pengguna twitter dapat mengakses twitter melalui beragam media, tidak terbatas hanya melalui PC saja. Bisa juga melalui telepon seluler (writelonger.com, dabr.co.uk), twitter untuk android (Tweetdeck, Hootsuite dan lain-lain), twitter untuk blackberry (ubersocial), twitter untuk Tab, dan lain lain.

¹⁹ Tracy, *Sahabat Internet* (Bandung: ITB Bandung, 1997), h. 30

Twitter adalah sebuah jaringan informasi yang terdiri dari pesan 140 karakter yang disebut Tweet. Ini adalah sebuah cara baru yang mudah untuk menemukan berita terbaru atau apa yang sedang terjadi terutama yang berkaitan dengan hal-hal yang di gemari. Twitter berisi informasi yang yang dianggap berharga. Pesan dari pengguna yang pilih akan muncul di beranda²⁰. Rasanya seperti dikirim sebuah koran yang berita utamanya selalu menarik. Di twitter Anda dapat menemukan berita pada saat sedang terjadi, belajar lebih banyak tentang topik yang penting dan mendapatkan informasi langsung dari narasumber secara aktual. Adapun fitur yang terdapat pada twitter terdiri dari :

1. @

Fitur @ digunakan untuk memberi pesan atau twit kepada pengguna lain. Fitur ini merupakan fitur yang harus digunakan saat memberi twit kepada orang lain. Untuk memberi twit yang hanya sebagai pemberitahuan dari pengguna, pengguna tidak harus menggunakan fitur ini.

2. Membalas Pesan (*RT Retweet*)

Fitur ini bisa digunakan untuk membalas twit yang disampaikan oleh pengguna lain serta digunakan untuk menyampaikan ulang pesan yang terdapat pada halaman kita²¹. Cara penggunaan yaitu dengan menekan fitur

²⁰ Adi Wibawa, *Jejaring Sosial*. <http://wibawaadiputra.wordpress.com>. (27 Januari 2013).

²¹ Adi Wibawa, *Jejaring Sosial*. <http://wibawaadiputra.wordpress.com>. (27 Januari 2013).

RT pada twit yang ingin dibalas atau ingin ditulis ulang. Contohnya: RT @tora152: hai teman apa kabar?.

3. Favorit (Fav)

Fitur ini dapat digunakan bila pengguna menyukai satu atau beberapa twit yang ditampilkan pada halaman utama pengguna. Untuk melakukan kegiatan ini cukup dengan mengklik fitur fav pada twit yang disukai.

4. Pesan Pribadi

Fitur ini digunakan untuk memberi pesan pribadi kepada pengguna yang ingin dituju. Cara penggunaannya adalah dengan mengeklik fitur DM maka secara otomatis akan muncul kotak kecil tempat pengguna dapat menulis pesan pribadi.

5. Hapus (*Del*)

Fitur ini digunakan untuk menghapus twit yang pernah disampaikan oleh pengguna atau twit yang terdapat nama pengguna. Penggunaan fitur ini sama dengan fitur Favorit.

6. Ikuti (*Follow*)

Fitur ini merupakan salah satu fitur utama dari jejaring sosial Twitter. Untuk menambah teman para pengguna, maka pengguna harus menggunakan fitur ini. Cara penggunaan fitur ini adalah membuka profil pengguna yang akan diikuti lalu menekan tombol Ikuti.²²

²² Adi Wibawa, *Jejaring Sosial*. <http://wibawaadiputra.wordpress.com> (27 Januari 2013).

7. Tidak Mengikuti (*Unfollow*)

Fitur ini merupakan kebalikan dari fitur sebelumnya. yaitu untuk tidak mengikuti pengguna yang sebelumnya telah diikuti oleh pengguna. Cara penggunaan fitur ini sama dengan fitur Ikuti, yaitu dengan membuka profil pengguna yang tidak ingin digunakan lagi lalu menekan fitur Tidak Ikuti.

8. Teman (*Friends*)

Fitur ini digunakan untuk melihat para pengguna lain yang diikuti oleh pengguna. Fitur ini akan menampilkan lima profil akun yang diikuti oleh pengguna pada tiap halaman. Urutan tampilan profil akun yang diikuti ini adalah mulai dari yang terakhir diikuti oleh pengguna yang bersangkutan.

9. Pengikut (*Followers*)

Fitur ini digunakan untuk melihat pengguna pengguna lain yang mengikuti akun pengguna yang bersangkutan. Halaman yang ditampilkan untuk profil ini sama dengan tampilan halaman pada fitur Teman.

10. Unggah Foto (*Upload Photo*)

Fitur ini memudahkan pengguna untuk mengunggah foto. Cara menggunakan fitur ini yaitu dengan menekan tombol fitur, selanjutnya dapat mengunggah dengan dua cara pertama mengambil foto atau mengakses foto yang tersimpan dari perangkat yang dipakai.²³

²³ Adi Wibawa, *Jejaring Sosial*. <http://wibawaadiputra.wordpress.com>. (27 Januari 2013).

11. Twitter Auth

Fitur ini merupakan salah satu fitur utama yang terdapat pada jejaring sosial Twitter yang berguna untuk menjamin keamanan data pengguna.

12. Teks Panjang (*Long Text*)

Fitur ini merupakan fitur yang memungkinkan pengguna untuk menulis pesan atau twit lebih dari 140 karakter huruf. Jejaring sosial Twitter hanya membatasi pengguna untuk menyampaikan pesan hanya 140 karakter. Untuk menggunakan fitur ini, pengguna harus melakukan aktivasi melalui pengaturan aplikasi yang dilanjutkan dengan mengaktifkan fitur melalui tombol Dukung Teks Panjang (*Support Long Text*).

13. Lokasi Geo Manual (*Manual Geo Location*)

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengetahui dimana lokasi dari pengguna sekarang maupun lokasi dari pengguna lain yang diikuti saat melakukan pembaharuan pesan. Fitur ini baru terdapat pada dua aplikasi yaitu *Tuitwit* dan *UberTwitter*. Mendiamkan (*Mute*)²⁴.

Fungsi dari fitur ini adalah tidak menampilkan status terbaru dari pengguna lain yang diikuti. Fitur ini dapat digunakan jika pengguna ingin menyamarkan keberadaannya, yaitu dengan tetap menjadi pengikut dari pengguna lainnya namun tidak mengikuti status terbaru yang dikirim oleh pengguna tersebut²⁵. Untuk mengaktifkan fitur ini, pengguna harus

²⁴ Adi Wibawa, *Jejaring Sosial*. <http://wibawaadiputra.wordpress.com>. (27 Januari 2013).

²⁵ Adi Wibawa, *Jejaring Sosial*

membuka akun profil dari pengguna yang ingin didiamkan, kemudian setelah halaman profil pengguna yang diikuti tampil, pengguna dapat menekan tombol fitur untuk mendiamkan tersebut.

14. Siapa Yang Tidak lagi Mengikutimu (*Who is Not Following You Back*)

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memeriksa pengguna yang tidak lagi menjadi pengikut dari akun profil pengguna.

15. Warna (*Color*)

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengubah tampilan warna pada halaman profil. Terdapat lima pilihan warna pada fitur ini yaitu Merah, Biru, Biru Gelap, Hijau, dan Hitam. Untuk menggunakan fitur ini, pengguna harus masuk melalui tombol pengaturan, kemudian menekan tombol warna, memilih warna lalu menekan tombol simpan.

16. Kelebihan dan Kekurangan

Aplikasi ini memiliki banyak kelebihan dari segi fitur. Namun beban data yang ditampilkan pada aplikasi ini cukup banyak. Untuk menampilkan satu halaman data bisa mencapai sepuluh kilobyte. Untuk internet yang berbiaya data maka hal ini akan cukup memberatkan.

E. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*).²⁶ Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonym, dan heterogen.²⁷ Sehingga dapat disimpulkan komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.

Media massa adalah suatu istilah yang mulai digunakan pada tahun 1920an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media.²⁸ Seiring dengan perkembangan teknologi dan sosial budaya, telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokkan ke dalam media massa seperti internet dan telepon selular. Media massa yang lebih modern ini memiliki ciri-ciri seperti:

1. Sumber dapat mentransmisikan pesannya kepada banyak penerima (misalnya melalui SMS atau internet).

²⁶ Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Remaja, 2004), h. 188.

²⁷ Alo Liliweri, *Perspektif Teoritis Komunikasi Antarpribadi* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1994), h. 3.

²⁸ Nalih, <http://smkgrafikadp.com> (8 Mei 2008).

2. Isi pesan tidak hanya disediakan oleh lembaga atau organisasi namun juga oleh individual.
3. Tidak ada perantara, interaksi terjadi pada individu.
4. Komunikasi mengalir (berlangsung) ke dalam.
5. Penerima yang menentukan waktu interaksi²⁹.

Media massa mempunyai beberapa komponen-komponen yang terdiri dari:

1. Communicators

Proses komunikasi massa diawali oleh komunikator. Komunikator komunikasi massa pada media massa cetak adalah para pengisi rubric, reporte, redaktur, pemasang iklan, dan lain-lain. Sedangkan pada media elektronik komunikatornya adalah pengisi program, pemasok program (rumah produksi, penulis naskah, produser, aktor, presenter, dan lain-lain).

Komunikator yang baik adalah komunikator yang memiliki karakter *ethos*. Ethos komunikator terdiri dari good will (maksud yang baik), good sense (pikiran yang baik), dan good moral character (karakter yang baik). Sementara itu, Hovland dan Weiss menyebut ethos sebagai credibility, yang terdiri dari dua unsur yakni expertise (keahlian) dan trustworthiness (dapat dipercaya).

2. Codes and Content

²⁹ Bungin, *Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008) , h. 107.

Codes adalah sistem simbol yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi, misalnya : kata-kata lisan, tulisan, foto, musik, dan film (moving pictures). Content atau isi media merujuk pada makna dari sebuah pesan, bisa berupa informasi mengenai perang irak atau sebuah lelucon yang dilontarkan seorang komedian.

Dalam komunikasi massa, codes dan content berinteraksi sehingga codes yang berbeda dari jenis media yang berbeda, dapat memodifikasi persepsi khalayak atas pesan, walaupun contentnya sama.³⁰

3. Gatekeeper

Istilah ini pertama kali digunakan oleh Kurt Lewin pada bukunya Human Relation. Istilah ini mengacu pada proses:

- a. Suatu pesan berjalan melalui berbagai pintu
- b. Orang atau kelompok yang memungkinkan pesan lewat. Gatekeepers dapat berupa seseorang atau satu kelompok yang dilalui suatu pesan dalam perjalanannya dari sumber kepada penerima.

Fungsi utama gatekeeper adalah menyaring pesan yang diterima seseorang. Gatekeeper membatasi pesan yang diterima komunikan. Editor surat kabar, majalah, penerbitan juga dapat disebut gatekeepers. Seorang gatekeepers dapat memilih, mengubah, bahkan menolak pesan yang disampaikan kepada penerima.

³⁰ Bungin, *Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008) , h. 107.

4. Regulator

Peran regulator hampir sama dengan gatekeeper, namun regulator bekerja di luar institusi media yang menghasilkan berita. Regulator bisa menghentikan aliran berita dan menghapus suatu informasi, tapi ia tidak dapat menambah atau memulai informasi, dan bentuknya lebih seperti sensor.

5. Media

Media massa yang memiliki ciri khas, mempunyai kemampuan untuk memikat perhatian khalayak secara serempak (simultaneous) dan serentak (instantaneous). Jenis-jenis media yang digolongkan dalam media massa adalah pers, radio, siaran, televisi, dan film.

6. Audience

Marshall McLuhan menjabarkan audience sebagai sentral komunikasi massa yang secara konstan di bombardier oleh media. Karakteristik audiens komunikasi massa, dalam proses komunikasi antarpersonal, penerima pesan adalah individu. Dalam komunikasi massa, penerimanya adalah pendengar (listeners), pembaca (readers), dan pemirsa (viewers).

Komunikasi bermedia menggunakan jejaring sosial Twitter dalam penelitian ini merupakan komunikasi interpersonal antara satu orang dengan orang yang lain. Jejaring sosial Twitter sebagai salah satu media komunikasi yang baru berkembang memberikan saluran untuk menjalin hubungan dengan orang yang tidak bisa bertemu secara langsung. Lima unsur yang secara bersama-sama menjelaskan fungsi

penggunaan media oleh masyarakat dalam teori *Functional approach to mass communication* , yakni:

1. *Surveillance* maksudnya adalah bahwa media menyediakan dan memberikan berita dan informasi kepada masyarakat.
2. *Correlation* maksudnya adalah bahwa media menyediakan informasi dan berita kepada kita setelah mereka mengadakan seleksi, interpretasi, dan evaluasi kritis terhadap semua aspek yang mungkin akan muncul.
3. Transmisi budaya maksudnya adalah bahwa media berfungsi sebagai refleksi dari kepercayaan, nilai-nilai, dan norma-norma kita dan orang lain di tempat lain yang mengusung media.
4. *Entertainment* maksudnya hiburan di saat waktu sedang senggang, atau bisa jadi sebagai tempat pelarian seseorang yang mengalami masalah tertentu. Alat mobilisasi masyarakat untuk melakukan tindakan tertentu, terutama pada saat-saat krisis³¹.

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001) terdiri dari:

1. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: (a) *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan); (b) *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental). Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan,

³¹ Http : /pawitmy@bdg.centrin.net.id (25 Juli 2008).

meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang dimainkan di bioskop, bagaimana harga-harga saham di bursa efek, produk-produk baru, ide-ide tentang mode, resep masakan dan sebagainya, adalah contoh-contoh pengawasan instrumental.

2. *Interpretation* (Penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersona atau komunikasi kelompok.³²

3. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu³³. Contoh kasus di Indonesia adalah kasus Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) yang sebelumnya menjabat menko polkam dalam

³² Elvinaro, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbosa Rekatama Media, 2007), h. 16.

³³ Elvinaro, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*

jajaran kabinet gotong royong presiden Megawati Soekarnoputri. Ketika beliau jarang diajak rapat kabinet dan kemudian mengundurkan diri, maka tayangan beritanya di televisi, radio siaran dan surat kabar telah menaikkan pamor partai demokrat yang mencalonkan sby sebagai presiden. Dalam pemilu 2004 lalu, perolehan suara partai demokrat mencuat dan mengalahkan partai besar sebelumnya. Masyarakat yang tersebar telah dipertalikan oleh media massa untuk memilih partai demokrat. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan oleh media.

4. *Transmission of Value* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut *sosialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu ke pada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain media mewakili model peran yang diamati dan harapan untuk menirunya. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa banyak remaja belajar tentang perilaku berpacaran dari menonton film dan acara televisi yang mengisahkan tentang pacaran, termasuk pacaran yang agak liberal atau bebas³⁴.

³⁴ Elvinaro, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbosa Rekatama Media, 2007), h. 16.

5. *Entertainment* (Hiburan)

Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari berupa tayangan hiburan. Begitu pula radio siaran, siarannya banyak memuat acara hiburan. Memang ada beberapa stasiun televisi dan radio siaran yang lebih mengutamakan tayangan berita³⁵. Demikian pula halnya dengan majalah. Tetapi, ada beberapa majalah yang lebih mengutamakan berita seperti Time, Tempo dan Gatra.

F. Model-Model Komunikasi Massa

Kemajuan teknologi komunikasi massa berpengaruh besar pada kehidupan politik, sosial, ekonomi, dan kebudayaan. Perkembangan komunikasi massa itu menghasilkan beberapa teori model komunikasi yang terdiri dari :

1. Model Jarum Hipodermik

Dikemukakan oleh Elihu Katz pada tahun 1930-an

Dalam hubungannya dengan komunikasi massa, istilah “model jarum hipodermik” mengandung anggapan dasar bahwa media massa menimbulkan efek yang kuat, terarah, segera dan langsung itu adalah sejalan dengan

³⁵ Elvinaro, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*

pengertian “perangsang tanggapan (stimulus-response)” yang mulai dikenal sejak penelitian ilmu jiwa pada tahun 1930-an.

Media massa digambarkan sebagai jarum hipodermik raksasa yang mencotok massa komunikan yang pasif.

Elihu Katz mengatakan, bahwa model tersebut terdiri dari:

- a. Media yang sangat ampuh mampu memasukkan idea pada benak yang tidak berdaya.
- b. Massa komunikan yang terpecah-pecah, yang terhubung dengan media massa, tetapi sebaliknya komunikan tidak terhubung satu sama lain.

2. Model Komunikasi Satu Tahap

Model komunikasi satu tahap menyatakan bahwa saluran media massa berkomunikasi langsung dengan massa komunikan tanpa berlalunya suatu pesan melalui orang lain, tetapi pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap komunikan.

Model komunikasi satu tahap adalah model jarum hipodermik yang dimurnikan, tetapi model satu tahap mengakui, bahwa :

- a. Media tidak mempunyai kekuatan yang hebat.
- b. Aspek pilihan dari penampilan, penerimaan dan penahanan dalam ingatan yang selektif mempengaruhi suatu pesan.
- c. Untuk setiap komunikan terjadi efek yang berbeda.

Selanjutnya model satu tahap memberi keleluasaan kepada saluran komunikasi massa untuk memancarkan efek komunikasi secara langsung.

3. Model Komunikasi Dua Tahap

Dikemukakan oleh Lazarsfeld, Berelson, dan Gaudet pada tahun 1948. Riset yang melahirkan teori difusi dan pengaruh dilakukan pada tahun 1940 oleh Paul Lazarsfeld terhadap masyarakat kota New York. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lazarsfeld menunjukkan bahwa pengaruh yang ditimbulkan oleh komunikasi massa dipengaruhi juga oleh faktor lain yaitu oleh komunikasi antar personal. Lazarsfeld menamainya sebagai two-step flow hipotesis. Teori ini masih mempunyai pengaruh yang sangat besar mengenai khalayak. Pada studi awalnya Lazarsfeld menemukan bahwa informasi dan pengaruh dari media massa disebarluaskan oleh para penentu opini kepada khalayak luas, setelah mereka menerima informasi dari media, sehingga isi pesan media tidak serta merta tersebar dan apalagi menjadi opini publik dalam khalayak yang luas.

Mereka menyatakan bahwa idea-idea seringkali datang dari radio dan surat kabar yang ditanggapi oleh pemuka pendapat (opinion leaders) dan dari mereka ini kemudian menuju komunikasi yang kurang giat. Tahap pertama adalah dari sumbernya, yakni komunikator kepada pemuka pendapat yang mengoperkan informasi. Sedangkan tahap kedua ialah dari pemuka pendapat kepada pengikut-pengikutnya, yang juga mencakup penyebaran pengaruh.

Model komunikasi dua tahap ini menyebabkan kita menaruh perhatian kepada peranan media massa dan komunikasi antarpribadi. Model dua tahap ini

melihat media massa ini sebagai perorangan yang berinteraksi. Pada kebanyakan komunikasi massa tampak bahwa sebuah pesan melaju dari sumbernya, yakni komunikator, melalui saluran media massa, menuju komunikan sebagai pihak penerima, yang kemudian sebagai kebalikannya memberi tanggapan kepada pesan atau kepada orang-orang yang berinteraksi dengannya.

Dari penelitian model komunikasi dua tahap ini timbul dua keuntungan dari hipotesis model komunikasi dua tahap tersebut. Yaitu :

- a. Suatu pemusatan kegiatan terhadap kepemimpinan opini dalam komunikasi massa.
- b. Beberapa perbaikan dari komunikasi dua tahap, seperti komunikasi satu tahap dan komunikasi tahap ganda.

4. Model Komunikasi Tahap Ganda

Model ini menggabungkan model komunikasi jarum hipodermik, model komunikasi satu tahap dan model komunikasi dua tahap. Model komunikasi tahap ganda ini didasarkan pada fungsi penyebaran yang berurutan yang terjadi pada kebanyakan situasi komunikasi. Model ini menyatakan bahwa lajunya komunikasi dari komunikator kepada komunikan terdapat jumlah “relay” yang berganti-ganti. Beberapa komunikan menerima pesan langsung melalui saluran dari komunikator yang lainnya terpindahkan dari sumbernya beberapa kali.

Jumlah tahap yang pasti dalam proses ini bergantung pada maksud dan tujuan komunikator, tersedianya media massa dengan kemampuan untuk menyebarkannya, sifat dari pesan dan nilai pentingnya pesan bagi komunikan.

5. Model DeFleur

Model DeFleur merupakan model komunikasi massa dari perluasan model-model yang dikemukakan para ahli lain, khususnya Shannon dan weaver, dengan memasukkan perangkat media massa (mass medium device) dan perangkat umpan balik (feedback device). Ia menggambarkan sumber (source), pemancar (transmitter), penerima (receiver), dan sasaran (destination) sebagai fase-fase yang terpisah dalam proses komunikasi massa.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian membahas ulasan tentang metode yang digunakan dalam tahap-tahap penelitian. Metode yang digunakan meliputi :

A. Jenis Penelitian

Sebagaimana layaknya suatu penelitian ilmiah, maka penelitian tersebut memiliki objek yang jelas untuk mendapatkan data yang otentik, teknik pengumpulan data dan analisis data yang akurat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian dengan menggunakan metode tersebut tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau prediksi. Tapi menitikberatkan pada observasi dan suasana ilmiah (*naturalistic setting*).¹

Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha menuturkan pemecahan masalah yang ada berdasarkan data dan hasil observasi, maka peneliti juga menyajikan data, menganalisa dan menginterpretasikan. Dalam penelitian ini akan dilakukan observasi dan wawancara terhadap siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan twitter sebagai media komunikasi mereka selanjutnya peneliti akan menyajikan data dari hasil wawancara tersebut.

Peneliti juga bertindak sebagai pengamat. Peneliti membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatat dalam buku observasinya. Dengan suasana alamiah dimaksudkan bahwa peneliti terjun ke lapangan. Peneliti tidak berusaha

¹ Bungin, *Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008) , h. 107.

memanipulasi variabel, karena kehadirannya mungkin mempengaruhi perilaku gejala, peneliti berusaha memperkecil pengaruh ini.² Penelitian terus menerus mengalami reformulasi dan redireksi ketika informasi-informasi baru ditemukan.

B. Pendekatan Penelitian

Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak (publik)³. Organisasi-organisasi media ini akan menyebarluaskan pesan-pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat. Dalam komunikasi masa, media masa menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan, dan menyampaikannya pada khalayak.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu melihat tingkah laku sosial manusia yang bertujuan untuk memahami makna sosial (*sosial meaning*) dari suatu fenomena sosial serta mengungkapkan alasan yang tersembunyi di balik suatu tindakan sosial.⁴

Penelitian kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Sehingga arti

² Abu Achmad di dan Narbuko Cholid, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 44.

³ http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_massa (28 September 2013).

⁴ Andi Muthmainnah, *Konstruksi Realitas Kaum Perempuan*, (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, Makassar, 2012), h. 26.

atau pengertian penelitian kualitatif tersebut adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci dalam penelitian.⁵ Dalam hal ini peneliti akan mencari informasi terhadap siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar.

C. *Metode Pengumpulan Data*

Sumber data dalam penelitian kualitatif dapat dibagi menjadi dua jenis data, baik data lapangan (*field research*) dan sumber data dari telah pustaka (*literature review*). Secara sistematis data lapangan (*field research*) diuraikan sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat, menganalisa secara sistematis terhadap gejala, fenomena, objek yang akan diteliti⁶. Dalam penelitian ini telah dilakukan observasi terhadap siswa-siswi yang berada di SMP Negeri 30 Makassar yang menggunakan jejaring sosial sebagai media komunikasi.

2. Wawancara mendalam (*in-depth interview*)

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode *survey* melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap informan. Biasanya metode ini menggunakan sampel yang terbatas, jika periset merasa data yang dibutuhkan sudah cukup maka tidak perlu mencari sampel

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 87.

⁶ Abu Achmad di dan Narbuko Cholid, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 44.

(informan) yang lain. Metode ini memungkinkan periset untuk mendapatkan alasan detail dari jawaban informan yang antara lain mencakup opininya, motivasinya, nilai-nilai ataupun pengalaman-pengalamannya. Wawancara mendalam dilakukan berkali-kali dan membutuhkan waktu yang lama bersama informan dilokasi penelitian⁷. Dalam wawancara ini siswa- siswi SMP Negeri 30 Makassar yang akan menjadi informannya untuk mengetahui informasi mengenai motivasi mereka dalam menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi. Informan berjumlah 20 orang yang berasal dari Siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar. Alasan pemilihan informan, didasarkan akan kebutuhan data dan informasi tentang jejaring sosial twitter. kebutuhan data dan informasi mengenai jejaring sosial twitter menjadi sebuah hal yang penting. Media ini dimanfaatkan untuk memperoleh pengetahuan informasi. Dari semua informan tersebut, jejaring sosial twitter menjadi suatu hal yang sangat menunjang mereka dalam mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang berisi data yang menunjang analisis dalam penelitian.

⁷ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 108.

D. Teknik Analisis Data

Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain⁸.

Dalam penelitian kualitatif data yang diambil untuk menguji hipotesa tidak diolah melalui perhitungan matematis ataupun berbagai rumus statistik, melainkan pengolahan data yang dilakukan secara rasional dengan berfikir menurut hukum dan logika.⁹ Dari hasil analisis data kemudian dipaparkan secara naratif motivasi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan twitter sebagai media komunikasi, dari sini dapat diketahui manfaat yang didapatkan oleh siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan twitter sebagai media komunikasi dan dapat diketahui pula motivasi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan twitter sebagai media komunikasi. Analisis data yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh ialah dengan menggunakan metode deskriptif analisis.

⁸ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Analisis Data* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h. 144.

⁹ Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta : Gajahmada University, 1991) h.32.

BAB IV

Hasil dan Pembahasan

A. Twitter Sebagai Media Komunikasi

Media Jaringan sosial adalah media yang disediakan secara gratis dengan syarat tertentu dan biasanya bersifat gratis dan online, dengan banyak fasilitas yang disediakan untuk mendukung membuat suatu jaringan, baik itu jaringan pertemanan, bisnis, fans, mencari teman lama dan lain sebagainya.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan internet di tanah air maupun didunia, semakin banyak pula pilihan media jaringan sosial online, sebut saja Facebook, Tagged, Frierster, myspace, bebo dan yang terakhir dan mulai naik daun adalah twitter, dan masih banyak lagi.

Dengan menjamurnya media jaringan sosial tersebut tentunya memberi dampak negatif dan positif. Sekarang ini berbagai kalangan masyarakat sudah tidak asing dengan media sosial, salah satunya twitter. Terlebih lagi, dari kalangan pelajar sangat banyak yang menggunakan twitter. Mereka antusias dan sering mengakses twitter untuk menjalin komunikasi dengan teman dan mencari informasi. Melihat potensi itu, maka twitter dapat dimaksimalkan oleh siswa sebagai media untuk menambah pertemanan dan memperoleh informasi yang mereka butuhkan. Saat ini sebagian besar siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar menggunakan twitter sebagai media komunikasi mereka baik dalam menyampaikan informasi mengenai pelajaran sekolah ataupun hanya sekedar menambahkan pertemanan selain itu twitter mempunyai banyak manfaat yang terdiri dari:

1. Media silaturahmi

Sebagai makhluk sosial, manusia memerlukan orang lain dalam menjalani kehidupan berinteraksi, komunikasi dan menjalin hubungan antar sesama menjadi sebuah keharusan. Menjalinkan hubungan yang baik guna membangun persaudaraan, sering dikenal dengan istilah silaturahmi. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, kebutuhan dan gaya hidup manusia pun berubah, termasuk dalam berinteraksi. Dahulu manusia lebih banyak berinteraksi secara langsung, baik itu melalui tatap muka ataupun tatap suara (*offline*), namun sekarang kecenderungan tersebut bergeser, dari interaksi secara *offline* menjadi interaksi melalui media perantara digital (*online*). Keterbatasan waktu dan kesibukan akan pekerjaan membuat manusia tidak memiliki banyak kesempatan silaturahmi secara langsung. Untuk dapat tetap menjalin silaturahmi, masyarakat harus cerdas memanfaatkan kemajuan teknologi informasi, khususnya sosial media.

Melalui Twitter, pemakai dapat bersilaturahmi dengan saudara, teman ataupun kerabat yang jauh jaraknya. Komunikasi bisa menjadi lebih akrab dan tidak terbatas pada ruang dan waktu.¹

2. Mendapatkan berita terkini

¹ Ali Akbar, *Welcome To Twitterland*, (Surabaya : Papyrus, 2012) h.13.

Banyak berita terkini yang dapat diperoleh melalui Twitter. Misalnya saja melalui akun Twitter @detikcom, para *follower* dapat mengakses berita terkini yang di-*update* oleh akun tersebut secara langsung setiap saat.²

3. Motivasi

Melalui akun Twitter, *follower* pun dapat mendapatkan motivasi dan semangat hidup. Misalnya saja dengan mem-follow @MotivaTweet, dimana para *follower*-nya bisa mendapatkan berbagai nasehat dan motivasi hidup yang dapat membangkitkan semangat dan pikiran positif. Di bawah ini merupakan salah satu contoh akun motivasi



Gambar 4.1. Akun Twitter Motivasi

² Ali Akbar, *Welcome To Twitterland*, (Surabaya : Papyrus, 2012) h.13.

4. Informasi

Informasi yang bermanfaat pun dapat diperoleh melalui Twitter. Misalnya ketika ingin mencari informasi produk yang halal, maka pengguna Twitter dapat mem-*follow* @halalcorner.³

5. Pemecahan Masalah

Pengguna Twitter bisa saja mendapatkan pemecahan / konseling atas masalah yang dihadapinya dengan ketika pengguna meng-*update* status yang berhubungan dengan masalahnya dan mendapatkan beragam *feedback* / jawaban dari followernya yang dapat berupa masukan dan saran yang dapat dijadikan sebagai alternatif atas masalahnya.

6. Media Hiburan

Manfaat hiburan pun merupakan salah satu manfaat Twitter yang sangat penulis rasakan sebagai salah satu pengguna Twitter. Berbagai lelucon yang memberikan penghiburan dapat didapatkan melalui @pepatahgombal, @rajagombal ataupun @radityadika (penulis buku humor ternama “Kambing Jantan”).⁴

7. Cari Jodoh

Biasanya pengguna Twitter yang merasa tertarik dengan pengguna akun Twitter lainnya akan mem-*follow* akun tersebut dan berusaha berkenalan dengan pemakai akun Twitter tersebut.

³ Ali Akbar, *Welcome To Twitterland*, (Surabaya : Papyrus, 2012) h.13.

⁴ Ali Akbar, *Welcome To Twitterland*

8. Sumber Rejeki

Sampai saat ini, telah banyak sekali perusahaan dan pebisnis (konvensional maupun online) yang memanfaatkan Twitter sebagai salah satu media untuk mencari keuntungan, dengan melakukan berbagai tindakan promosi baik melalui pemasangan iklan, update status yang berbaur “bisnis” dan penawaran lainnya.

B. Motivasi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi

1. Frekuensi Siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan jejaring sosial twitter.

Proses penggunaan twitter di sini mencakup frekuensi dalam menggunakan twitter dan perhatian terhadap twitter berawal dari pengenalan siswa-siswi terhadap twitter tersebut. Selain itu pemahaman juga berhubungan dengan motivasi informan terhadap twitter sebagai media komunikasi mereka.

Seperti yang diungkapkan Riska siswi SMP Negeri 30 Makassar kelas VIII.R.A.

Kartini berikut ini :

“ Saya sangat sering menggunakan twitter sebagai media komunikasi bahkan saya menggunakan twitter setiap hari”

Dari informasi yang diperoleh dari seluruh siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar, dapat dijelaskan bahwa rata-rata frekuensi siswa dalam menggunakan twitter sangat aktif. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara

yang dilakukan, bahwa dalam menggunakan twitter mereka menjawab sering atau bahkan setiap hari.

2. Motivasi Siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan jejaring sosial twitter.

Motivasi adalah suatu dorongan terhadap diri kita agar kita melakukan sesuatu hal. Dorongan yang kita dapat itu bisa bersumber dari mana saja, entah itu dari diri kita sendiri ataupun dari hal atau orang lain. Dorongan yang kita sebut motivasi itu juga yang menjadi suatu sumber tenaga dalam kita mengerjakan suatu hal agar kita mencapai suatu tujuan yang kita inginkan. Motif adalah suatu keadaan ketegangan didalam individu yang membangkitkan, memelihara dan mengarahkan tingkah laku menuju pada tujuan atau sasaran.⁵ Motif juga dapat diartikan sebagai tujuan jiwa yang mendorong individu untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu dan untuk tujuan-tujuan tertentu terhadap situasi disekitarnya. Sifat motivasi terdiri dari 2 yaitu:

- a. Motivasi Intrinsik

Motivasi yang berasal dari dalam diri yaitu yang didorong oleh faktor kepuasan dan ingin tahu. Jenis motivasi ini timbul dari dalam diri individu sendiri tanpa ada paksaan dorongan orang lain, tetapi atas dasar kemauan sendiri yang kemudian disebut juga dengan motivasi intrinsik.

⁵ Mc Quail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 1991)

Motivasi intrinsik yaitu motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak memerlukan rangsangan dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu.⁶ Motivasi intrinsik adalah motivasi yang muncul dari dalam diri seseorang. Motivasi intrinsik diartikan sebagai motivasi yang timbul dari dalam diri individu sendiri tanpa ada paksaan dorongan orang lain, tetapi atas dasar kemauan sendiri.⁷ Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan, motivasi intrinsik adalah motivasi yang muncul dari dalam diri seseorang tanpa memerlukan rangsangan dari luar.

Motivasi intrinsik merupakan motivasi yang berasal dari rangsangan di dalam diri setiap individu. Ia terdiri daripada dorongan dan minat individu untuk melakukan suatu aktivitas tanpa mengharap ataupun meminta ganjaran. Motivasi intrinsik ini dikaitkan dengan naluri ingin tahu dan dorongan mencapai kemudahan belajar bagi murid yang baru masuk sekolah.⁸ Bagaimanapun, bukan semua motivasi intrinsik diwujudkan secara nyata, akan tetapi ada juga motivasi intrinsik yang dibentuk melalui pembelajaran dan pengalaman yang membawa kepuasan. Contohnya, kebiasaan membaca buku cerita dan bermain alat musik merupakan

⁶ Syaiful Bahri, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002) h. 115

⁷ M. Sobri Sutikno, *Strategi Belajar Mengajar*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2007).

⁸ Bruner, *Toward a Theory of Instruction*, (Cambridge: Harvard University, 1966) h. 10

gerakan motivasi intrinsik yang dibentuk berdasarkan pembelajaran dan pengalamannya.

Dari penelitian yang telah dilakukan kepada siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar mengenai motivasi mereka menggunakan twitter dapat disimpulkan bahwa mereka termasuk dalam sifat motivasi intrinsik hal ini dapat dilihat dari alasan mereka menggunakan twitter bukan karena paksaan dari orang lain tetapi kemauan sendiri untuk memperoleh kepuasan dalam menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi mereka.

Ada lima dimensi kecenderungan motivasi intrinsik dalam bidang pembelajaran. Dimensi-dimensi ini adalah insentif bekerja untuk memuaskan minat dan sifat ingin tahu, percobaan untuk mencapai penguasaan yang bebas, penilaian yang bebas berkenaan dengan apa yang hendak dilakukan di dalam kelas dan semangat untuk dapat meraih keberhasilan.⁹

Pelajar yang lebih cenderung ke arah motivasi intrinsik menyukai pekerjaan yang menantang. Mereka mempunyai insentif yang lebih untuk belajar memanfaatkan kepuasan diri sendiri daripada mengambil hati guru untuk mendapatkan nilai yang baik. Mereka lebih suka mencoba mengatasi masalah dengan sendirinya daripada bergantung pada bantuan ataupun

⁹ Bruner, *Toward a Theory of Instruction*, (Cambridge: Harvard University, 1966) h. 10

bimbingan guru. Mereka juga menerapkan suatu sistem penguasaan target dan taraf pencapaian yang memperbolehkan mereka membuat penilaian yang bebas berkenaan dengan keberhasilan ataupun kegagalan mereka di dalam kelas tanpa bergantung pada guru untuk mendapatkan hasil ataupun penilaian.

b. Motivasi Ekstrinsik

Motivasi yang berasal dari luar yaitu perangsang ataupun stimulus dari luar (sebagai contohnya ialah nilai, hadiah serta bentuk-bentuk penghargaan lainnya) adalah 'motivasi ekstrinsik'. Jenis motivasi ini timbul sebagai akibat pengaruh dari luar individu, apakah karena adanya ajakan, suruhan, atau paksaan dari orang lain sehingga dengan keadaan demikian siswa mau melakukan sesuatu atau belajar.

Motivasi ekstrinsik adalah motif-motif yang aktif dan berfungsinya karena adanya perangsang dari luar.¹⁰ Motivasi ekstrinsik merupakan motivasi yang timbul akibat pengaruh dari luar individu, apakah karena ajakan, suruhan atau paksaan dari orang lain sehingga dengan keadaan demikian seseorang mau melakukan sesuatu.¹¹ Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan, motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang timbul dan berfungsi karena adanya pengaruh dari luar. Motivasi ekstrinsik

¹⁰ A.M, Sardiman, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rajawali Press, 2005) h. 90

¹¹ M. Sobri Sutikno, *Strategi Belajar Mengajar*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2007).

diwujudkan dalam bentuk rangsangan dari luar yang bertujuan menggerakkan individu untuk melakukan suatu aktivitas.

Dari dua jenis sifat motivasi di atas siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi mereka karena pengaruh motivasi intrinsik. Mereka menggunakan twitter sebagai media komunikasi mereka karena keinginan dari dalam diri mereka sendiri tanpa mengharapkan imbalan apapun. Mereka menggunakannya untuk membantu mereka dalam memperoleh informasi yang mereka butuhkan dan agar mereka tetap terhubung dengan teman-teman mereka yang lain.

Siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar memiliki pendapat yang berbeda-beda mengenai motivasi mereka dalam menggunakan twitter sebagai media komunikasi. Twitter digunakan siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar untuk mencari informasi terkait dengan bidang yang mereka suka. Hal ini dikarenakan fitur twitter yang simpel dan singkat dibanding media sosial lain. Melalui twitter siswa dapat menemukan informasi baru yang kemudian jadi bahan perbincangan di dunia nyata. Pesan-pesan yang di posting oleh siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar sangat beragam, mulai dari curahan hati, informasi tugas sekolah, hingga kalimat-kalimat bernada motivasi. Sebagian besar siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar merasa percaya diri ketika mereka memiliki akun twitter dan aktif dalam penggunaannya. Hal ini terlihat pada frekuensi posting yang mereka lakukan.

Interaksi sosial dapat dijalankan lewat twitter, mengingat banyak teman dari mereka yang tinggal berjauhan dan twitter sebagai media untuk menuliskan pesan yang singkat bagi mereka. ¹²Ini terlihat dari beberapa percakapan yang dilakukan siswa-siswi SMP Negeri 30 kepada teman yang tinggal berjauhan.

Dalam menggunakan twitter tentunya ada pengaruh yang mana menjadikan user sangat antusias atau termotivasi untuk menggunakan twitter. ¹³Dari hasil wawancara yang didapatkan menunjukkan bahwa siswa yang menggunakan twitter karena terbawa oleh tren saat ini dan lebih banyak digunakan oleh kalangan siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar.

Seperti yang diungkapkan oleh Hastrie Ainun siswi SMP Negeri 30 Makassar kelas IX. Columbus sebagai berikut :

“Supaya dapat informasi baik di akademik maupun non akademik”.

Pendapat senada yang diungkapkan oleh Nurul Azizah siswi SMP Negeri 30 makassar kelas IX. Columbus :

“Motivasi saya karena dalam twitter saya dapat mendapatkan informasi dan kata-kata mutiara dari akun lain yang ada di twitter”.

¹² Reed H Blake dan Edwin O Haraldsen, *Taksonomi Konsep Komunikasi*, (Surabaya : Papyrus, 2003) h.2.

¹³ Reed H Blake dan Edwin O Haraldsen, *Taksonomi Konsep Komunikasi*, (Surabaya : Papyrus, 2003) h.2.

Dari pendapat yang telah di kemukakan oleh dua siswi tersebut ada juga pendapat lain yang di ungkapkan oleh Andi Nurul Azizah siswi SMP Negeri 30 Makassar kelas IX. Newton:

“ Motivasi saya menggunakan twitter karena banyak terdapat akun twitter artis-artis idola saya”

Selain dari apa yang di ungkapkan oleh para siswa di atas, ada beberapa informan yang mendorong dirinya untuk menggunakan twitter karena adanya suatu kebutuhan untuk mencari teman.

seperti yang di ungkpkkan oleh Indra siswa SMP Negeri 30 Makassar kelas IX. BJ.Habibie:

“ Saya menggunakan twitter bukan hanya untuk informasi tapi saya juga ingin menambah teman dari negara lain ataupun dari kota lain”

Dari pendapat-pendapat siswa-siswi diatas, mereka menggunakan twitter selain mengetahui tentang informasi kabar teman-temannya mereka juga termotivasi untuk memperoleh informasi dari akun-akun lain yang ada di twitter. Motivasi lain yang membuat siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar menggunakan twitter karena kebanyakan dari teman-teman mereka menggunakan media twitter dalam berbagi informasi.

C. Manfaat twitter bagi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi.

Twitter merupakan *social media* yang menjadi salah satu alat berkomunikasi melalui jaringan internet yang sedang digandrungi oleh pengguna internet dan

social media pada saat ini. ¹⁴Twitter adalah sebuah situs web jejaring sosial berkonsep *microblog* yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirimkan pembaharuan/*update* berupa tulisan teks dengan panjang maksimum 140 karakter melalui SMS, pengiriman pesan instant, surat elektronik, atau aplikasi seperti Twitterrific dan Twitbin. Twitter didirikan pada Maret 2006 oleh perusahaan rintisan Obvious Corp. ¹⁵

Berikut tampilah halaman utama dari jejaring sosial twitter:



Gambar 4.2. Halaman Utama Twitter

Di dalam website resmi Twitter, dikatakan bahwa:

“Twitter is a real-time information network that connects you to the latest stories, ideas, opinions and news about what you find interesting. Simply find the accounts you find most compelling and follow the conversations.”

¹⁴ Effendi, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung :Rosda Karya, 1984) h.11.

¹⁵ Effendi, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung :Rosda Karya, 1984) h.11.

Yang dimaknai sebagai jaringan informasi dengan waktu nyata yang menghubungkan anda dengan cerita, ide, opini dan berita terbaru yang anda pikir menarik. Pengguna Twitter hanya perlu mencari akun yang dianggap menarik dan ikuti percakapannya.

Bagi siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar twitter mempunyai banyak manfaat. seperti yang di ungkapkan oleh Zahria Syifa Gausi siswi kelas VII. Palem SMP Negeri 30 Makassar:

“Manfaat twitter bagi saya sebagai media komunikasi yang efisien dimana saya bisa terhubung dengan banyak orang”.

Bukan hanya sebagai penghubung dengan orang lain ada beberapa pendapat dari siswa maupun siswi SMP Negeri 30 Makassar yang memiliki pendapat yang berbeda mengenai manfaat dari twitter. Seperti yang di katakan oleh Reski Fitriani Aulia siswi kelas VIII. R.A. Kartini :

“Manfaat twitter bagi saya kita bisa mentionan dengan teman selain itu kita juga bisa lebih gaul”.

Ada pula pendapat yang di ungkapkan oleh Rusmainnah Jamal siswi kelas IX. Archimedes:

“Manfaat jejaring sosial twitter bagi saya adalah untuk mencari informasi dan mencurahkan isi hati.

Dari sekian banyak pendapat siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar mengenai manfaat jejaring sosial twitter sebagian besar pendapat mereka mengutarakan bahwa manfaat twitter yaitu untuk mencari informasi terbaru dan

menambah teman baru. seperti yang telah di ungkapkan oleh Muthia Amanah Arum siswi kelas IX. Aristoteles:

“Manfaat Twitter yaitu untuk menggali informasi seputar sesuatu yang terdapat di daerah lokal maupun interlokal.

Berikut beberapa tampilan halaman twitter dari akun Husnul Khatimah siswi kelas VIII. R. A. Kartini SMP Negeri 30 Makassar.



Gambar 4.3. Akun Twitter Husnul Khatimah

D. Pembahasan

Motivasi merupakan dorongan yang terkait dengan adanya suatu tujuan. Motif tidak bisa diamati dan yang bisa diamati adalah perilakunya.¹⁶Dari bentuk-bentuk

¹⁶ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005) h.3.

perilaku dapat disimpulkan adanya kebutuhan dan motif. Tiga motivasi khalayak dalam menggunakan media massa, yaitu orientasi kognitif (kebutuhan mencari informasi dan surveillance), orientasi diversifikasi (kebutuhan untuk mencari hiburan dan pelepasan ketegangan/tekanan) dan orientasi identitas personal (motif untuk memperkuat/menonjolkan sesuatu yang penting dalam relatif kehidupannya atau situasi khalayak itu sendiri).

Motivasi pada hakekatnya adalah proses kognitif seseorang, pribadi yang sadar dalam memahami fenomena yang ada di lingkungannya baik melalui penglihatan, pengamatan yang mendalam melalui penghayatan dengan perasaan.¹⁷ Selain melibatkan emosi, dalam memotivasi suatu objek, terdapat pula keterlibatan intelektual. Kedua hal tersebut, tidak mudah untuk diukur karena kunci untuk memahami sebuah motivasi terletak pada pemahaman bahwa motivasi bukan suatu pencatatan yang benar terhadap suatu situasi melainkan merupakan penafsiran yang unik terhadap situasi yang ada. Ketika seorang siswa menggunakan twitter, mereka menyatakan bahwa mereka dapat memahami dan mengerti akan kelebihan ataupun kekurangan dari twitter tersebut, maka hal ini melukiskan perasaan atau tanggapan siswa terhadap twitter.

Dari pendapat para siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar mengenai twitter, dapat diketahui bahwa sebagian besar dari mereka termotivasi menggunakan twitter sebagai media komunikasi karena kebanyakan dari teman mereka aktif

¹⁷ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005) h.3.

dalam menggunakan jejaring sosial twitter tersebut. Penilaian siswa-siswi terhadap twitter mengenai informasi pertemanan dalam hal ini menyangkut segala isi ataupun konten serta elemen-elemen yang menjadi faktor pendukung yang terdapat pada twitter. Segala sesuatu yang menjadi elemen pendukung dirancang sedemikian rupa agar mampu membedakan twitter dengan situs yang lain. Sehingga secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan daya tarik dan ciri khas tersendiri.¹⁸ Berdasarkan hasil wawancara dengan siswa-siswi, mereka beranggapan bahwa setelah mereka menggunakan twitter, mereka mendapatkan informasi tentang hal-hal yang mereka suka seperti informasi mengenai pengetahuan umum atau informasi mengenai artis idola mereka. Selain itu banyak juga akun twitter yang menyediakan kumpulan kata-kata motivasi bahkan sampai kumpulan kata-kata romantis.

Dari hasil wawancara telah dipaparkan bagaimana penilaian siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar tentang manfaat dari twitter dalam memenuhi kebutuhan siswa akan informasi yang mereka dapatkan. siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar mengatakan bahwa mereka banyak mendapatkan pengetahuan informasi melalui twitter, siswa juga merasa data dan informasi yang disajikan melalui twitter dapat membentuk pola pikir mereka dalam memandang situasi dan kondisi pertemanan mereka dalam membentuk jejaring sosial yang luas serta membangun komunitas baru. Hal tersebut semakin menjelaskan bahwa kehadiran twitter, dapat

¹⁸ Ali Akbar, *Welcome To Twitterland*, (Surabaya : Papyrus, 2012) h.13.

memberikan manfaat dan sangat membantu siswa dalam mendapatkan data dan informasi serta memperbanyak teman.

Berdasarkan dari pengamatan peneliti yang dilakukan di SMP Negeri 30 Makassar. Peneliti mengamati sejumlah siswa yang sedang online disekitar sekolah SMP Negeri 30 Makassar yang menggunakan HP, peneliti melihat dan mengamati para siswa tersebut membuka situs twitter, google dan juga email dari sekian banyak situs yang dibuka kebanyakan siswa membuka twitter, dan google karena situs tersebut dapat memberikan informasi dari yang umum sampai yang khusus sebagai contohnya untuk log in twitter kebanyakan para siswa melakukan tweet dan di komentari oleh teman-temannya, sedangkan google, mereka biasanya menggunakan situs ini untuk mencari data yang dibutuhkan untuk tugas sekolah.

Setiap harinya, sebagian besar siswa SMP Negeri 30 Makassar online pada saat jam istirahat ada yang sedang membawa makanan dan minuman dari kantin buat camilan online, dan ada juga yang sedang ngobrol dengan teman disampingnya. Di sini bisa dilihat betapa pentingnya jaringan internet yang semakin mudah kita nikmati sehingga memudahkan kita untuk mencari data atau menambah teman melalui website yang telah disediakan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Apa yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini berkesimpulan bahwa penggunaan twitter dikalangan siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar aktif dalam menggunakan twitter. Sasaran akhir dari penelitian ini adalah menjawab permasalahan penelitian dan membuktikan tujuan penelitian. Untuk itu, berdasarkan hasil penelitian, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- a. Motivasi siswa dalam menggunakan twitter, jika dilihat dari seringnya menggunakan twitter para informan banyak yang menjawab sering, mereka memilih twitter karena termotivasi tren untuk memenuhi kebutuhan informasi serta sebagian besar dari teman mereka menggunakan twitter sebagai media untuk berbagi informasi.
- b. Manfaat twitter sangat banyak, sebagian informan berpendapat bahwa melalui penggunaan twitter, mereka dapat menangkap berbagai informasi tentang tugas sekolah mereka, sebagian lain informan mengatakan manfaat twitter bukan hanya untuk berbagi informasi tapi juga dapat memperbanyak teman baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini yang membuat para informan tertarik untuk menggunakan twitter walaupun. Peneliti juga melihat bahwa penggunaan twitter tersebut tidak terlepas dari adanya situs-situs lain yang mendukung seperti google, youtube dan lain-lain.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas peneliti mengajukan beberapa pendapat saran yaitu :

1. Siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar diharapkan dapat menggunakan media internet sebagai salah satu sarana untuk memperoleh informasi sesuai dengan kebutuhan mereka dan tidak terlalu berlebihan menggunakan twitter sebagai media komunikasi yang nantinya akan menggaggu waktu belajar mereka.
2. Di harapkan dengan aktifnya siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar dalam menggunakan twitter tidak menurunkan prestasi mereka.
3. Dengan adanya twitter siswa-siswi SMP Negeri 30 Makassar supaya dapat memperluas wawasan maupun pertemanan dengan siswa dari kelas lain ataupun dari sekolah lain sehingga dapat saling bertukar informasi diantara mereka.

Daftar Pustaka

- H Maslow, Abraham. *Motivasi dan Kepribadian*. Jakarta : PT. Gramedia, 1984.
- Alo, Liliweri. *Perspektif Teoritis Komunikasi Antarpribadi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 1994.
- A.M, Sardiman. *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Bahri, Syaiful. *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Bruner. *Toward a Theory of Instukctio*. Cambridge: Harvard University, 1966.
- Bungin. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Binarupa Aksara, 2008.
- Effendy, Onong Uchajana. *Televisi Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Alumni, 1984.
- Forsdale, Louis. *Perspectives on Comunication*. Newyork: Random House, 1981.
- Marquis, B dan Huston. *Ledership Roles and Menegemen Function in Nursing*. Philadelphia : Lippincott Company, 2000.
- Mc Quail. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga, 1991.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Indonesia. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Ruben, Brent D. *Communication and Human Behavior*. New Jersey: Prentice Hall, 1992.
- Reed H Blake dan Edwin O Haraldsen. *Taksonomi Konsep Komunikasi*. Surabaya: Papyrus, 2003.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Sutikno, M. Sobri. *Strategi Belajar Mengajar*. Bandung: PT Refika Aditama, 2007.
- Tracy, Laquey. *Sahabat Internet*. Bandung : ITB Bandung, 1997.
- Widjaja, H. A. W. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2000.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

Winardi, J. *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.

Sumber Elektronik

As'ad. 1995. <http://www.motivasi-kerja.com/> (27 Agustus 2010).

A.W., Suranto. *Komunikasi Efektif untuk Mendukung Kinerja Perkantoran*. www.uny.ac.id (29 April 2006).

Amalia, Rizkia. *Teori Motivasi*. www.motivasi.com (12 November 2012).

Adi, Putra, Wibawa. *Jejaring Sosial*. <http://wibawaadiputra.wordpress.com> (27 Januari 2013).

Manullang, 1982:76, <http://www.motivasi-kerja.com/> (27 Agustus 2010).

Sarwoto. 1983. <http://www/Motivasi-kerja.com/> (27 Agustus 2010).

<http://agus.blogchandra.com/teori-teori-motivasi>, diakses tanggal (30 November 2012)

<http://smkgrafikadp.com> (8 Mei 2008).

[http : /pawitmy@bdg.centrin.net.id](http://pawitmy@bdg.centrin.net.id). (25 Juli 2008).

www.december.com/cmc/mag/1998/may/chenault.html (1 Maret 2010).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap **Shindy Nurmuslimah Sudirman**, lahir di **Ujung Pandang 21 Juni 1991**. Penulis merupakan Anak dari pasangan suami istri **Drs. H. Sudirman Makkarateng & Dra. Hj. Lenny suaib** anak ke dua dari lima bersaudara. Penulis berdomisili di Makassar tepatnya di jalan Sukaria Raya No.58. penulis memiliki latar belakang pendidikan taman kanak-kanak **Aisyiyah Bustanul Athfal** pada 10 juni 1996-10 juni 1997. Dilanjutkan pendidikan sekolah dasar (SD) di **SDN kompleks Sudirman I** tahun 1997-2003. Penulis mengenyam pendidikan sekolah dasar (SD) selama 6 tahun dengan hasil yang sangat baik. Kemudian, penulis meneruskan jenjang pendidikan nya ke jenjang pendidikan Sekolah Menengah Pertama (**SMP pondok pesantren putri ummul mukminin** pada tahun 2003-2006. Setelah menyelesaikan jenjang tingkatan SMP penulis melanjutkan jenjang pendidikan nya ke jenjang lebih tinggi yaitu **Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 5 makassar** pada tahun 2006-2009. Atas berkat rahmat Allah penulis menyelesaikan jenjang Sekolah Menengah Atas selama 3 tahun dengan predikat SANGAT BAIK. Untuk memperdalam ilmu yang di miliki penulis kemudian melanjutkan tingkatan pendidikan ke jenjang **Strata I di Universitas Islam Negeri ALauddin Makassar** pada tahun 2009-2014 dengan indeks prestasi kategori SANGAT BAIK.